

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Pengaruh Efisiensi Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kediri**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada semua responden yang merupakan nasabah BRI Syariah Cabang Kediri pengguna *M-Banking*, kemudian ditindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan SPSS 23.0. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai sig menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan, ini berarti bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan M-Banking BRI Syariah Cabang Kediri.

Pengaruh yang positif dan signifikan disini dikarenakan efisiensi merupakan suatu keharusan dalam teknologi digital. Secara teori efisiensi artinya kemampuan pelanggan untuk mudah mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs dengan upaya minimal<sup>1</sup>. Persepsi kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah pemakainya

---

<sup>1</sup>Miriatul Adila, *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)*, (Depok: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), Skripsi Sarjana Strata I.

dalam melakukan pekerjaan. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem tersebut akan bekerja lebih mudah dibanding dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem/teknologi yang bekerja secara manual.

Salah satu bentuk efisiensi penggunaan *M-Banking* adalah persepsi kemudahan dalam mengakses yang diyakini memiliki pengaruh kuat dalam pembentukan sikap setiap individu dalam penerimaan sebuah teknologi. Ada beberapa indikator kemudahan dalam mengakses suatu sistem informasi, yaitu: mudah dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah ketrampilan para penggunanya. Dalam konteks *M-Banking*, kemampuan akses tidak hanya kemampuan nasabah dalam menggunakan sistem, tetapi juga kemampuan akses internet dan HP secara fisik. Kemampuan akses *M-Banking* merupakan fasilitator dalam pengadopsian karena kapasitas *M-Banking* mendorong pengguna untuk mempersepsikan teknologi menjadi lebih baik.<sup>2</sup> Hal ini yang sudah diterapkan dalam layanan M-Banking BRI Syariah Cabang Kediri, yang menunjukkan bahwa banyak nasabah BRI Syariah cabang Kediri yang menggunakan layanan tersebut terlebih lagi mereka yang bekerja di kantor memiliki waktu yang limit untuk datang ke bank fisik.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Abi Fadlan & Rizki Yudhi Dewantara yang menyatakan bahwa variabel kemudahan akses (efisiensi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

---

<sup>2</sup>Yulia Rahmawati, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi, Manfaat dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan M-Banking*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 2010), Skripsi Sarjana Sastra I

penggunaan Mobile Banking studi yang dilakukan pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang yang menggunakan layanan Mobile Banking<sup>3</sup>.

## **B. Pengaruh Keamanan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kediri**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada semua responden yang merupakan nasabah BRISyariah Cabang Kediri pengguna *M-Banking*, kemudian ditindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan SPSS 23.0. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai sig menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan, ini berarti bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Layanan *M-Banking* BRISyariah Cabang Kediri.

Dalam suatu sistem informasi atau sebuah layanan digital, keamanan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh setiap lembaga yang mengeluarkan suatu sistem ataupun layanan digital. Hal itu dimaksudkan agar para pengguna merasakan nyaman dan kepercayaan terhadap suatu sistem informasi maupun layanan digital yang ditawarkan. Begitu juga dengan layanan M-Banking yang ditawarkan oleh pihak Bank BRI Syariah Cabang Kediri kepada para nasabahnya. Mereka menawarkan Layanan M-Banking

---

<sup>3</sup>Abi Fadlan & Rizki Yudhi Dewantara, *Pengaruh Persepsi Kemudahan....*, Vol. 62 No. 1, September 2018.

bukan hanya sekedar efisien dalam pekerjaan namun juga masalah keamanan data nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.

Menurut teori, keamanan informasi adalah bagaimana seseorang dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimanapun informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik<sup>4</sup>. Hasil penelitian dari Almuntaha menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dipublikasi mengenai keamanan media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan internet banking berkurang<sup>5</sup>. Dari sudut pandang konsumen keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online<sup>6</sup>.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah keamanan merupakan faktor yang sangat penting dalam *M-Banking* khususnya Bank BRI Syariah Cabang Kediri. Pada saat Bank BRI Syariah memberikan sistem keamanan yang mumpuni, berlapis dan terupdate, mengingat seiring terjadi kemajuan teknologi yang artinya pihak *cybercrime* juga semakin pintar dalam memanfaatkan teknologi, sehingga pihak bank dituntut untuk selangkah lebih maju dari teknologi dan modus-modus kejahatan lainnya.

---

<sup>4</sup>Budi Raharjo, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*, (Jakarta: PTInsan Informasi, 2005), hlm. 2.

<sup>5</sup> Eska Almuntaha, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking Oleh Nasabah di Indonesia*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2008.

<sup>6</sup>Ahmad & Bambang Setyo Pambudi, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program layanan Internet Banking BRI)*, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 08 No. 1, 2014.

agar kekhawatiran nasabah tidak akan muncul dan mereka akan semakin yakin dan puas akan adanya layanan M-banking dalam Bank BRI Syariah Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian Aditya Wardhanan, dengan hasil penelitian bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Indonesia dengan mengambil sampel di delapan bank terbesar yaitu Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BCA, Bank BNI, Bank CIMB Niaga, bank Danamon, Bank Permata dan Bank Panin<sup>7</sup>.

### **C. Pengaruh Manfaat Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kediri**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada semua responden yang merupakan nasabah BRISyariah Cabang Kediri pengguna *M-Banking*, kemudian ditindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan SPSS 23.0. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari uji  $t$  diperoleh hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai sig menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan, ini berarti bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Layanan *M-Banking* BRISyariah Cabang Kediri.

---

<sup>7</sup>Aditya Wardhanan, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*, DeReMa Jurnal Manajemen Vo. 10 No. 2, September 2015.

Dalam setiap layanan dalam perbankan memberikan manfaat yang tepat sasaran akan membuat nilai tambah perbankan itu sendiri. Manfaat yang diberikan disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, misalnya penawaran KPR maka pihak perbankan baiknya mempermudah dan membantu nasabah untuk bisa mendapatkan rumah yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan nasabah. Hal tersebut juga berlaku dalam layanan BRI Syariah melalui layanan digital yaitu *M-banking*. Pada saat M-Banking dilengkapi berbagai fasilitas yang bermanfaat bagi nasabahnya dan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas dengan pelayanan adanya M-Banking, bukan hanya karena efisiensi dan merasa man saja, namun juga dirasakan kemanfaatannya oleh nasabah dan juga pihak bank itu sendiri.

Dalam teori menyatakan bahwa manfaat dari menggunakan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya<sup>8</sup>. Selain itu manfaat juga didefinisikan sebagai suatu tindakan seseorang yang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas internet banking akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi seseorang yang menggunakan fasilitas tersebut<sup>9</sup>. Ada beberapa tolak ukur untuk mengetahui bahwa sebuah layanan itu bermanfaat atau tidak yaitu dengan melihat dari: meningkat atau tidak produktivitas dari penggunaannya,

---

<sup>8</sup>Jogianto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 114.

<sup>9</sup>Ahmad & Bambang Setyo Pambudi, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program layanan Internet Banking BRI)*, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 08 No. 1, 2014.

meningkat atau tidak kinerja dari penggunaannya, dan meningkat atau tidak efisiensi proses yang dilakukan oleh penggunaannya<sup>10</sup>.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Dian Lusita Nofita Sari, yang hasilnya bahwa variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan layanan M-Banking di Bank Syariah Surakarta dilihat dari hasil perhitungan SPSS yakni  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  sebesar  $3,177 > 2,002$  sehingga variabel independen (Manfaat) berpengaruh terhadap variabel dependen (Penggunaan *Mobile Banking*) dan signifikan bernilai  $0,002 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima<sup>11</sup>. Hal ini menyatakan bahwa semakin bermanfaat suatu fasilitas M-Banking bagi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kediri dengan adanya fitur yang lebih beragam dalam maka semakin puas pula para nasabah.

#### **D. Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Manfaat Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Kediri**

Hasil penelitian yang dilakukan tentang efisiensi ( $X_1$ ), keamanan ( $X_2$ ), dan manfaat ( $X_3$ ) layanan M-Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kediri secara bersama-sama simultan berpengaruh. Hal ini dapat dilihat dari uji statistik dengan menggunakan uji F. Selain itu dapat

---

<sup>10</sup>Eska Akumtaha, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi ....* Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2008.

<sup>11</sup>Dian Lusita Nofita Sari, *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Pengguna Mobile banking Bank Syariah Surakarta : Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Skripsi*, 2017

dilihat dari koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa promosi ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), kepercayaan ( $X_3$ ), dan kesadaran merek ( $X_4$ ) memiliki pengaruh 23,2% dan sisanya sebesar 76,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian.

Teori Bitner dan Zeithaml (200) di buku “Perilaku Konsumen” karya M. Anang Firmansyah yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan atau ekspektasi pelanggan.<sup>12</sup> Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya telah terlampaui. Menurut Irawan<sup>13</sup> di buku “Membangun Ruang Kreatif di Era Digital” karya I Gede Wyana Lokantara, ada lima tolak ukur kepuasan pelanggan, yaitu: *Price* (Harga), bagi pelanggan menengah kebawah harga merupakan sumber kepuasan utama, karena mereka akan memilih produk atau layanan yang murah, namun hal ini tidak berlaku bagi pelanggan menengah keatas; *Service Quality* (Kualitas Layanan), hal ini sangat tergantung pada tiga komponen yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas ini tidak mudah ditiru karena pembentukan *Attitude* dan *Behaviour*. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja; *Product Quality* (Kualitas Produk), pelanggan akan merasa puas jika kualitas produk memiliki *value* yang tinggi; *Emotional Factor*, keadaan ini ditunjukkan oleh para konsumen saat mereka memakai produk

---

<sup>12</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 132.

<sup>13</sup> I Gede Wyana Lokantara, *Membangun Ruang Kreatif di Era Digital Memberdayakan Ide, Kreativitas, dan Potensi*, (Yogyakarta: CV Budi Utami, 2019), hlm. 65.



atau layanan yang diperoleh kemudian timbul rasa bangga dan percaya diri; dan *Effeciency* (Kemudahan), pelanggan akan merasa puas apabila dalam mendapatkan produk atau menggunakan layanan tersebut mereka mendapatkan kemudahan, kenyamanan dan efisien.

Hasil dari penelitian sesuai dengan teori Kolter yang menyatakan bahwa faktor-faktor dari kepuasan nasabah adalah Sedangkan menurut Kolter (2012), secara dominan seorang nasabah tertarik dengan sebuah produk yaitu karena dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk tersebut. Selain itu ada beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi kepuasan nasabah, anatra lain<sup>14</sup>: **1) Lokasi** adalah tempat dimana produk ditawarkan baik di pusat bank maupun dicabang bank yang bersangkutan **2) Pelayanan dan Fasilitas**, Dalam melayani nasabah pada umumnya nasabah menginginkan pelayanan yang cepat dan juga akurat. Apabila pihak bank memberikan pelayanan yang memuaskan maka harga jasa bank berapapun tidak menjadi masalah bagi nasabah. **3) Harga** merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk dan juga layanan yang dibutuhkan. **4) Segi keamanan**, Keamanan merupakan hal penting bagi nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking, karena menyangkut data penting dari nasabah itu sendiri. **5) Sesuai kebutuhan**, Kebutuhan nasabah dalam hal kepuasan adalah ketika produk maupun jasa yang ditawarkan mampu memberikan manfaat kepada nasabah. **6) Fleksibel** dalam pelayanan m-banking disini adalah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa terikat oleh waktu. Fleksibel disini

---

<sup>14</sup> Philip Kolter & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, (Jakarta, PT. Prenhalindo, 2012). Hal 16.

mengarah ke efisiensi dalam layanan dan juga efisiensi tempat. **7) Nilai Keagamaan**

Dari 7 faktor diatas yang sesuai dengan penelitian ini adalah variabel efisiensi, keamanan dan manfaat menentukan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *M-Banking*. Dengan adanya Efisiensi yang ditawarkan oleh pihak bank BRI Syariah Cabang Kediri yang dapat mempermudah nasabah dalam menggunakan *M-Banking* maka para nasabah akan merasa puas karena melebihi ekspektasi mereka, menjaga keamanan data nasabah dan segala informasi nasabah dalam menggunakan layanan *M-banking* juga termasuk kedalam 5 dimensi yang menjadi tolak ukur kepuasan nasabah, dan memberikan manfaat dengan menghadirkan layanan *M-Banking* dirasa jelas ada perbedaan setelah menggunakan dan sebelum menggunakan, hal tersebut akan membuat para nasabah semakin puas dan percaya diri bahwa layanan *M-Banking* BRI Syariah mampu mencangkup kebutuhan para nasabah di era teknologi yang semakin maju untuk memudahkan setiap penggunaanya.